REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/11/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/3scja124
Pages: 1-9

IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NA AUTOMEDICAÇÃO: UMA REVISÃO INTEGRATIVA NO CONTEXTO BRASILEIRO

THE IMPACT OF SOCIAL NETWORKS ON SELF-MEDICATION: AN INTEGRATIVE REVIEW IN THE BRAZILIAN CONTEXT

EL IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LA AUTOMEDICACIÓN: UNA REVISIÓN INTEGRADORA EN EL CONTEXTO BRASILEÑO

Carla D`Almeida Matos
Graduanda do 6° Período do Curso de Farmácia, Faculdade Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas - FACISA Itamaraju Bahia, Brasil
E-mail: carladalmeidamatos@gmail.com
Geraldo Henrique Kloss de Mello
Farmacêutico CRF-BA: 015839
E-mail: Klossh19@gmail.com
Matheus Carvalho Dos Santos
Graduando do 6° Período do Curso de Farmácia, Faculdade Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas - FACISA Itamaraju Bahia, Brasil
E-mail: matheuscarvalho1890@gmail.com
Heloisa Silva Zamerin
Graduanda do 6° Período do Curso de Farmácia, Faculdade Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas - FACISA Itamaraju Bahia, Brasil
E-mail: heloisazamerin1@gmail.com

Resumo:

Este artigo apresenta uma revisão bibliográfica integrativa sobre o impacto das redes sociais na automedicação no Brasil. A pesquisa foi conduzida nas bases de dados Scientific Electronic Library Online (SciELO) e Google Acadêmico, abrangendo publicações de janeiro de 2010 a setembro de 2025. Foram selecionados 15 estudos que abordavam a relação entre o uso de redes sociais e a

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/11/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/3scja124
Pages: 1-9

prática da automedicação no contexto brasileiro, após aplicação de critérios de inclusão e exclusão. Os resultados indicam que a facilidade de acesso à informação, a influência de relatos pessoais e a promoção de produtos farmacêuticos por influenciadores digitais são fatores que contribuem para o aumento da automedicação. Conclui-se que são essenciais o desenvolvimento de políticas públicas, estratégias de alfabetização midiática e o fortalecimento da regulação da publicidade digital de medicamentos para mitigar os riscos associados a essa prática. Palavras-chave: Automedicação; Brasil; Redes Sociais; Saúde Pública.

Palavras Chaves: Automedicação; Brasil; Redes Sociais; Saúde Pública.

Abstract:

This article presents an integrative literature review on the impact of social media on self-medication in Brazil. The research was conducted in the Scientific Electronic Library Online (SciELO), Google Scholar, and Latin American and Caribbean Health Sciences Literature (LILACS) databases, covering publications from January 2010 to September 2025. Fifteen studies addressing the relationship between social media use and self-medication practices in the Brazilian context were selected after applying inclusion and exclusion criteria. The results indicate that the ease of access to information, the influence of personal accounts, and the promotion of pharmaceutical products by digital influencers are factors contributing to the increase in selfmedication. It is concluded that the development of public policies, media literacy strategies, and the strengthening of the regulation of digital advertising of medicines are essential to mitigate the risks associated with this practice. 2

Keywords: Brazil; Public Health; Social Networks; Self-medication

1. INTRODUÇÃO:

A automedicação, definida como o consumo de medicamentos por iniciativa própria, sem prescrição ou orientação profissional, é uma prática disseminada no Brasil. Dados do Conselho Federal de Farmácia (CFF) revelam que a automedicação é um hábito para 77% dos brasileiros, um comportamento que, embora comum, acarreta riscos significativos à saúde individual e coletiva, como reações adversas, mascaramento de doenças e o aumento da resistência antimicrobiana (ARRAIS et al., 2016). Com a ascensão da era digital, as redes sociais tornaram-se fontes primárias de informação sobre saúde para muitos indivíduos, alterando profundamente a dinâmica da automedicação (SOUZA et

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/11/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/3scja124
Pages: 1-9

al., 2008). A facilidade de acesso a um volume massivo de informações, aliada à velocidade de sua disseminação, cria um ambiente complexo onde a fronteira entre informação e desinformação se torna tênue. A influência de relatos pessoais e a promoção de produtos farmacêuticos por influenciadores digitais são fatores que potencializam a prática da automedicação, muitas vezes sem o devido embasamento científico (JUNIOR, 2022). A pandemia de COVID-19, por exemplo, intensificou a busca por informações de saúde na internet e, consequentemente, a automedicação com medicamentos sem comprovação científica, evidenciando o poder das redes sociais na modulação de comportamentos de saúde (MELO et al., 2021). Este estudo justifica-se pela necessidade de aprofundar a compreensão sobre os mecanismos pelos quais as redes sociais influenciam a automedicação no Brasil. A análise crítica desse fenômeno é crucial para o desenvolvimento de estratégias de mitigação de riscos e para a formulação de políticas públicas de saúde digital mais eficazes. O objetivo deste artigo é, portanto, analisar a produção científica sobre o impacto das redes sociais na automedicação no contexto brasileiro, identificando os principais fatores de influência, os riscos associados e as possíveis estratégias de intervenção.

2. REVISÃO DA LITERATURA:

O fenômeno da automedicação tem sido amplamente discutido na literatura científica nacional e internacional como uma prática recorrente e preocupante no campo da saúde pública. Segundo Arrais et al. (2016), o Brasil apresenta um dos maiores índices de automedicação do mundo, refletindo uma cultura de autossuficiência terapêutica e a percepção de que medicamentos de venda livre são inofensivos. No entanto, estudos demonstram que o uso indiscriminado de medicamentos pode resultar em reações adversas, resistência microbiana, dependência e até intoxicações graves (DOMINGUES et al., 2015).

Com o avanço das tecnologias digitais e o crescimento exponencial do acesso à internet, as redes sociais passaram a desempenhar papel central na formação de opiniões e comportamentos relacionados à saúde. De acordo com

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/11/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/3scja124
Pages: 1-9

Souza et al. (2008), a internet se consolidou como uma das principais fontes de informação sobre medicamentos, especialmente entre jovens adultos. Essa tendência foi intensificada nos últimos anos, com o surgimento de influenciadores digitais e o aumento da visibilidade de conteúdos voltados à estética, bem-estar e tratamentos alternativos (JUNIOR, 2022).

Estudos recentes, como o de TávoRA (2023), destacam que a lógica das redes sociais baseia-se na monetização do engajamento, o que estimula a divulgação de produtos farmacêuticos e suplementos sem respaldo científico. A ausência de fiscalização efetiva sobre a publicidade digital de medicamentos cria um ambiente propício à desinformação, onde conteúdos sensacionalistas e recomendações sem base técnica alcançam grande público. Nesse contexto, influenciadores digitais atuam muitas vezes como formadores de opinião, incentivando práticas de automedicação sob a aparência de compartilhamento de experiências pessoais.

A pandemia da COVID-19 acentuou esse cenário, evidenciando o impacto direto das mídias sociais no comportamento da população quanto ao uso de medicamentos. Melo et al. (2021) apontam que o consumo de fármacos sem prescrição, como ivermectina e hidroxicloroquina, foi fortemente impulsionado por conteúdos disseminados nas redes sociais, reforçando a necessidade de estratégias de alfabetização midiática e de políticas públicas voltadas à saúde digital.

Nesse sentido, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) possui regulamentações como a RDC nº 96/2008, que proíbe a propaganda de medicamentos que induzam ao uso inadequado, e a RDC nº 44/2009, que reforça a importância da orientação farmacêutica na dispensação. Contudo, conforme destaca o Conselho Federal de Farmácia (2022), essas normas ainda carecem de atualização e de mecanismos específicos para lidar com o ambiente digital, cuja dinâmica de comunicação é mais rápida e descentralizada.

Portanto, o estado da arte sobre o tema evidencia um consenso entre os autores: o crescimento do uso das redes sociais está diretamente associado ao aumento da automedicação e à propagação de informações equivocadas sobre

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/11/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/3scja124
Pages: 1-9

medicamentos. Diante disso, torna-se urgente fortalecer as ações educativas, promover campanhas de conscientização sobre o uso racional de medicamentos e aprimorar a regulação da publicidade digital de produtos farmacêuticos no Brasil.

3. METODOLOGIA:

O presente estudo é uma pesquisa qualitativa, de caráter descritivo, baseada em revisão bibliográfica integrativa. Segundo Gil (2008), a pesquisa descritiva busca compreender 3 fenômenos sem manipulá-los, enquanto a revisão integrativa, conforme Souza, Silva e Carvalho (2010), permite reunir e sintetizar conhecimentos já produzidos, oferecendo uma visão ampla do tema. O levantamento foi realizado em setembro de 2025, nas bases de dados SciELO, LILACS e Google Acadêmico. Foram utilizados os descritores “automedicação”, “redes sociais”, “mídias sociais” e “Brasil”, em português e inglês. Os critérios de inclusão foram: artigos originais, de revisão e relatos de caso publicados entre janeiro de 2010 e setembro de 2025, que abordassem a relação entre o uso de redes sociais e a prática da automedicação no contexto brasileiro. Foram excluídos editoriais, cartas ao editor, resumos de congressos e estudos que não abordassem diretamente o tema. A busca inicial retornou 87 artigos, dos quais 15 foram selecionados para análise após a aplicação dos critérios de inclusão e exclusão. A análise ocorreu de forma qualitativa, organizando os achados em categorias temáticas: influência das redes sociais, desinformação, papel dos influenciadores digitais, impactos na saúde pública e estratégias de mitigação.

4. DISCUSSÃO:

4.1 A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA PERCEPÇÃO DE SAÚDE E DOENÇA:

A popularização das redes sociais transformou a maneira como as pessoas cuidam da própria saúde, com a influência dessas plataformas na automedicação sendo um fenômeno complexo que envolve desde a disseminação de informações de saúde até a promoção de medicamentos (JUNIOR, 2022). O uso de

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/11/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/3scja124
Pages: 1-9

medicamentos sem prescrição, impulsionado por informações obtidas em redes sociais, pode trazer sérios riscos à saúde, como a alteração da dose prescrita, a interrupção do tratamento ou o uso para fins não indicados (DOMINGUES et al., 2015). A pandemia da COVID-19, por exemplo, intensificou a busca por informações de saúde na internet e, consequentemente, a automedicação, com o uso indiscriminado de medicamentos sem comprovação científica (MELO et al., 2021). Esse cenário reforça a importância de se discutir o papel das redes sociais na saúde pública e a necessidade de se promover a educação em saúde para o uso consciente e seguro de medicamentos (BRASIL, 2024).

4.2 DESINFORMAÇÃO E O PAPEL DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS:

A monetização de conteúdo nas redes sociais também pode incentivar a disseminação de informações irresponsáveis. Influenciadores podem ser patrocinados por empresas para promover produtos de saúde, muitas vezes sem a devida transparência sobre os conflitos de interesse. Essa prática pode levar à promoção de medicamentos ou suplementos sem eficácia comprovada, ou até mesmo perigosos, em troca de ganhos financeiros (JUNIOR, 2022). A escassez de regulamentação específica para a publicidade de saúde por influenciadores digitais agrava o problema, deixando os consumidores vulneráveis a práticas comerciais enganosas (TÁVORA, 2023).

4.3 IMPLICAÇÕES PARA A SAÚDE PÚBLICA E A NECESSIDADE DE REGULAMENTAÇÃO:

Para enfrentar esses desafios, é crucial que os órgãos reguladores, como a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) no Brasil, adaptem suas normativas para o ambiente digital. A RDC nº 96 /2008 da Anvisa, que regula a propaganda de medicamentos, estabelece que a publicidade não deve induzir ao uso inadequado e deve apresentar informações que permitam o uso racional, abrangendo todos os meios de comunicação, incluindo as plataformas digitais (ANVISA, 2008). A RDC nº 44 /2009, por sua vez, define as boas práticas farmacêuticas, determinando que a dispensação de medicamentos inclua a

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/11/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/3scja124
Pages: 1-9

orientação farmacêutica qualificada, o que contribui para a redução da automedicação (ANVISA, 2009). A Portaria SVS/MS nº 344 /1998 e a RDC 20 /2011 restringem a comercialização de substâncias controladas e antimicrobianos, respectivamente, dificultando a automedicação com medicamentos de maior risco (BRASIL, 1998; ANVISA, 2011). Ainda que existam essas diretrizes, há a necessidade de uma fiscalização mais ativa e de diretrizes mais claras para a publicidade de medicamentos nas redes sociais, a fim de coibir a automedicação irresponsável (CONSELHO FEDERAL DE FARMÁCIA, 2022).

5. CONCLUSÃO:

O impacto das redes sociais na automedicação no Brasil é um fenômeno complexo e multifacetado, que exige uma abordagem integrada e propositiva. A facilidade de acesso à informação, a influência de relatos pessoais e a promoção de produtos por influenciadores digitais contribuem para o uso inadequado de medicamentos, com riscos significativos à saúde pública e individual (TÁVORA, 2023; JUNIOR, 2022). Para mitigar esses riscos, é imperativa a implementação de políticas públicas robustas que contemplem a regulação da publicidade digital de medicamentos, com diretrizes claras e fiscalização efetiva por órgãos como a ANVISA (CONSELHO FEDERAL DE FARMÁCIA, 2022). Paralelamente, estratégias de alfabetização midiática e em saúde são cruciais para capacitar os cidadãos a discernir informações confiáveis, promovendo o uso racional de medicamentos e a valorização da consulta profissional. O fortalecimento da colaboração multissetorial entre governos, plataformas digitais, academia e sociedade civil é fundamental para construir um ecossistema digital que promova a saúde e o bem-estar da população, transformando os desafios em oportunidades para a saúde digital no Brasil (MELO et al., 2021).

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/11/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/3scja124
Pages: 1-9

5. REFERÊNCIAS:

ANVISA. Resolução RDC nº 96, de 17 de dezembro de 2008. Dispõe sobre a propaganda, publicidade, informação e outras práticas cujo objetivo seja a divulgação ou promoção comercial de medicamentos. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 18 dez. 2008.

ANVISA. Resolução RDC nº 44, de 17 de agosto de 2009. Dispõe sobre Boas Práticas Farmacêuticas para o controle sanitário do funcionamento, da dispensação e da comercialização de produtos e da prestação de serviços farmacêuticos em farmácias e drogarias e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 18 ago. 2009.

ANVISA. Resolução RDC nº 20, de 5 de maio de 2011. Dispõe sobre o controle de medicamentos à base de substâncias classificadas como antimicrobianos, de uso sob prescrição, isoladas ou em associação. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 9 maio 2011.

ARRAIS, P. S. D. et al. Prevalência da automedicação no Brasil e fatores associados. Revista de Saúde Pública, v. 50, supl. 2, p. 13s, 2016.

BELA FRONTE, R. N. O impacto das propagandas de medicamentos e fake news na automedicação. Revista Contemporânea, v. 3, n. 1, p. 1443-1458, 2023.

BRASIL. Ministério da Saúde. Portaria SVS/MS nº 344, de 12 de maio de 1998. Aprova o Regulamento Técnico sobre substâncias e medicamentos sujeitos a controle especial. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 1 fev. 1999. BRASIL.

Ministério da Saúde. Evite a automedicação e busque informações seguras contra a doença. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2024.

CONSELHO FEDERAL DE FARMÁCIA. Pesquisa aponta que 77% dos brasileiros têm o hábito de se automedicar. Brasília, DF: CFF, 2022.

DOMINGUES, P. H. F. et al. Prevalência da automedicação na população adulta do Brasil: revisão sistemática. Revista de Saúde Pública, v. 49, p. 36, 2015.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/11/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/3scja124
Pages: 1-9

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

JUNIOR, V. S. C. Automedicação influenciada pela mídia no Brasil. Research, Society and Development, v. 11, n. 15, p. e306111535084, 2022.

MELO, J. R. R. et al. Automedicação e uso indiscriminado de medicamentos durante a pandemia da COVID-19. Cadernos de Saúde Pública, v. 37, n. 10, p. e00160221, 2021.

SOUZA, J. F. R. et al. Consumo de medicamentos e internet: análise crítica de… Revista da Associação Médica Brasileira, v. 54, n. 1, p. 102-106, 2008.

SOUZA, M. T.; SILVA, M. D.; CARVALHO, R. Revisão integrativa: o que é e como fazer. Einstein, v. 8, n. 1, p. 102-106, 2010.

TÁVORA, C. G. A influência das redes sociais na automedicação. Revista Multidisciplinar Científica do Sertão, v. 5, n. 1, p. 1-12, 2023.